

0- 793427

На правах рукописи



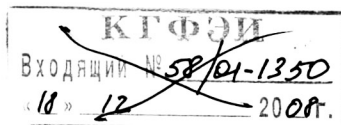
Паталах Максим Анатольевич

**ТРАНСФОРМАЦИЯ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО СЕКТОРА ТОРГОВЛИ
СССР (РФ) В УСЛОВИЯХ
ПЕРЕХОДНОЙ ЭКОНОМИКИ 1985-1998 гг.
(на материалах Самарской области)**

Специальность 08.00.01 - Экономическая теория

АВТОРЕФЕРАТ
диссертации на соискание ученой степени
кандидата экономических наук

Самара 2008



Работа выполнена в Самарском государственном экономическом университете

Научный руководитель - доктор исторических наук, профессор
Тагирова Наиля Фаридовна

Официальные оппоненты: доктор экономических наук, профессор
Черемисинов Георгий Александрович
кандидат экономических наук, доцент
Кусков Вячеслав Михайлович

Ведущая организация - Негосударственное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Московский институт экономики,
менеджмента и права»

Защита состоится 15 января 2009 г. в 15 ч. на заседании диссертационного
совета Д. 212.214.01 при Самарском государственном экономическом университете
по адресу: ул. Советской Армии, д. 141, ауд. 325, г. Самара, 443090

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Самарского государственного
экономического университета

Автореферат разослан 13 декабря 2008 г.

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ



0000802206

Ученый секретарь
диссертационного совета

A stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and strokes.

Капитонов А.А.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

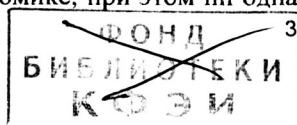
Актуальность исследования. В сложной системе современных социально-экономических отношений потребительский рынок занимает особое место, объединяя на региональном, национальном и международном уровнях производителей и потребителей товаров и услуг. Его функционирование оказывает влияние на жизнь каждого члена общества, часто оценивающего его социально-экономическое устройство на основе личного опыта участия в товарном обмене.

Являясь исторически первой формой рыночной экономики, торговля наиболее полно воплощает в себе ее черты. Историко-экономический анализ торгового сектора позволяет не только исследовать тенденции, конкретные формы и механизмы изменений потребительского рынка, но дает возможность оценивать социально-экономические результаты и последствия государственных реформ, отдельных преобразований в социально-экономической сфере.

Особую научную и научно-практическую значимость имеет историко-экономический анализ процесса трансформации потребительского сектора торговли в нашей стране на протяжении 1985-1990-х гг., который сопровождался глубокими системными переменами и сменой моделей управления экономикой. Реформы, происходившие в политической и экономической сферах в конце XX в. разрушили существовавшую административно-командную систему, открыли путь к формированию экономики, основанной на рыночном распределении ресурсов.

В переходный период возросла роль отдельных территорий, шло институциональное оформление региональных рынков, где происходит непосредственное согласование интересов производителей и потребителей товаров и услуг. Конкретно-исторический анализ этих процессов, а также реальных форм перехода торгового сектора от административно-плановых к рыночным началам создает основу экономико-теоретического обобщения трансформационных изменений в экономике РФ и способствует развитию теории эволюционной экономики.

Степень разработанности проблемы. Процессы обмена рассматривали представители разных экономических школ на протяжении многих веков, освещавших их с той или иной степенью подробности (Ф. Аквинский, Аристотель, Л. Вальрас, Д. Кейнс, Ф. Кенэ, Д. Кларк, Ф. Лист, К. Маркс, А. Маршалл, Т. Мэнн, А. Смит, Ж-Б. Сэй, Ж. Тюрго, Ф. Хайек и др.). Каждая из них несла на себе "исторический отпечаток" понимания и толкования роли и места торговли в экономике, при этом ни одна



из них не концентрировала внимания на изменениях сферы обращения в процессе трансформации социально-экономической системы, смены институтов власти. Исключения составляют историко-экономические работы К. Поланьи, Дж. Хикса, посвященные анализу процессов раннего, преимущественно доиндустриального периода экономической истории. Работы О. Андерсена, Л. Бальцеровича, Я. Корнаи анализируют проблемы, касающиеся трансформаций отношений собственности и роли реформ в восточноевропейских странах и в экономике России в 1990-х гг.

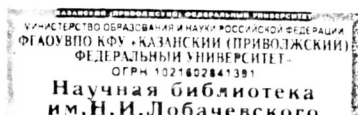
В советской историко-экономической литературе исследования по торговле обосновывали необходимость и целесообразность распределительных механизмов, а применительно к периоду 1985-1990 гг. - перевода предприятий торговли и общественного питания на полный хозрасчет и самофинансирование (В.И. Андросов, Ю.Ф. Алпатов, Л.А. Алькевич, Д.В. Рубвальтер, Б.А. Соловьев, Б.В. Сребник, К.П. Янковский и др.). Допущение рыночного обмена по опыту НЭП 1920-х гг. применительно к другому историческому этапу развития экономики свидетельствовало о сохранении прежних идеологических ориентиров в экономической науке, что оказывало влияние на разработку стратегии осуществляемых реформ, в том числе в торговле.

Преобразования в экономике России 1990-х гг. в контексте теорий синергетики и катастроф с применением математического инструментария рассматриваются в работах В.И. Арнольда и И.Н. Шургиной. В работах Е.Т. Гайдара, В.А. Мау главные акценты делаются на длительной исторической эволюции экономики России и мировой экономики.

В современной литературе можно выделить ряд публикаций по проблемам трансформации торгового сектора. Институциональные изменения, прежде всего законодательной среды, и их влияние на торговый сектор рассматривали Я.А. Куник, В.А. Язев. А.Н. Шохин анализировал социальные проблемы перестройки, усиление влияния теневого сектора экономики и его проявлений в различных сегментах.

Существует также ряд научных, публицистических работ, воспоминаний реальных организаторов реформ 1980-1990-х гг., участников тех событий. Их можно рассматривать как своеобразный исторический источник, раскрывающий внутренние механизмы и мотивы поведения реформаторов (Л.И. Абалкин, М.С. Горбачев, Б.Н. Ельцин, В.С. Павлов, Н.И. Рыжков, А.Б. Чубайс).

Первые региональные историко-экономические исследования, посвященные процессам приватизации собственности и региональной экономической политике, торгово-экономическим связям региона и станов-



лению малого предпринимательства, в том числе в торговле, выполнены на уровне диссертационных исследований (Г.А. Добронос, А.Л. Кузьминов, М.Н. Матвеев, В.Т. Парасочка, Ц.В. Шварцбург), коллективных монографий.

В целом в отечественной литературе проблема становления потребительского сектора торговли в 1985-1998 гг. в условиях социально-экономических и политических реформ не получила достаточного освещения. Отсутствуют исследования по данному вопросу с учетом особенностей регионального развития. Актуальность проблемы трансформации потребительского сектора торговли на национальном и региональном уровнях, необходимость определения стратегии и векторов дальнейшего развития отрасли и недостаточная степень ее разработанности определили выбор темы диссертационного исследования, его цель и задачи.

Цель и задачи исследования. Целью диссертационного исследования является комплексное рассмотрение процесса трансформации потребительского сектора торговли под воздействием социально-экономических реформ, происходивших в СССР в 1985-1991 гг. и становления нового торгового механизма в условиях рыночной экономики конца XX в. на материалах Самарской области.

Для достижения поставленной цели определены следующие задачи:

- рассмотреть в исторической ретроспективе научное понимание термина "потребительский сектор торговли" в различных экономических учениях и теориях, уточнить его современное содержание, сущность и функции;
- выявить структуру, систему отношений, нормативно-правовую и материально-техническую базу торгового сектора (в национальном и региональном масштабах) к середине 1980-х гг.;
- проследить процесс изменений нормативно-правовой базы и проанализировать влияние перемен, происходивших в экономике Куйбышевской (Самарской) области, на потребительский сектор в условиях нараставшего кризиса распределительной системы 1985-1991 гг.;
- обобщить изменения на потребительском рынке в 1985-1998 гг. на материалах общероссийского и местного уровня, определить этапы зарождения новых форм торговли и трансформации советского потребительского сектора в потребительский рынок;
- дать характеристику системы отношений, структуры и механизмов функционирования торгового сектора России и регионов в новых рыночных условиях к концу 1990-х гг.

Хронологические рамки исследования ограничены периодом 1985 - август 1998 гг. Именно на этом временном интервале происходи-

ли наиболее значимые социально-экономические реформы, касающиеся изменения основ не только потребительского сектора торговли, но и всей экономики, а также политического строя страны. Нижняя временная граница определяется началом нового правительственного курса КПСС на перестройку социально-экономических отношений в СССР. Верхняя хронологическая граница связана с началом финансового кризиса 1998 г., в процессе преодоления которого заметно воздействие других внешних и внутренних факторов на потребительский сектор.

Территориальные рамки. Исследование проведено на материалах Самарской (Куйбышевской) области, одной из наиболее индустриально развитых областей экономики страны, имевшей к концу советского периода истории многоотраслевую хозяйственную структуру, высокий уровень квалификации работников, широкие кооперационные связи со всеми районами страны.

Гипотеза исследования строится на следующих основаниях:

- в системе взаимоотношений "производство - потребление материальных благ" потребительский сектор торговли является основным связующим звеном, объединяя в процессе обмена каждого члена общества;
- потребительский сектор торговли в условиях коренной трансформации социально-экономической системы в первую очередь и в наиболее полном виде отражает перемены, происходящие как в сфере экономики (производство – распределение – обращение – потребление), так и социально-политической системе общества.

- изменения в организации потребительского сектора торговли можно рассматривать в качестве индикатора при оценке хода и результатов социально-экономических преобразований страны в конце XX в.

Область исследования. Исследование проведено по специальности 08.00.01 - Экономическая теория - Паспорта специальностей ВАК (Экономические науки) в рамках раздела п.2. Экономическая история п.п.2.5. История экономических институтов (собственности, рынка, семьи, государства, предпринимательства и др.)

Объект исследования - потребительский сектор торговли.

Предметом исследования являются экономические и институциональные отношения, складывающиеся в процессе трансформации торговой отрасли советского периода в рыночную модель хозяйствования.

Методологические и теоретические основы исследования. Теоретической основой исследования послужили работы отечественных и зарубежных авторов, посвященные вопросам становления рыночной экономики в РФ и анализу трансформаций социально-экономических отношений, в частности, в торговом секторе.

Методологической основой исследования являются принципы диалектики, структурно-функциональный и системный подход. В работе использованы исторический, логический, экономико-статистический и сравнительный методы анализа.

Информационную и эмпирическую базу исследования составили законодательные акты и нормативные акты федеральных и региональных органов государственной власти Российской Федерации, материалы службы государственной статистики федерального и территориального уровней, монографии и статьи ведущих экономистов, политиков, правоведов и публицистов. Часть материалов была получена из материалов Государственного архива Самарской области (ф. Р-3954 "Управление торговли администрации Самарской области", ф. Р-4341 "Управление торговли исполкома Куйбышевского городского совета депутатов трудящихся", ф. Р-2073 "Хозрасчетное управление торговли и общественного питания Администрации Самарской области", ф. Р-2829 "Самарское городское хозрасчетное объединение торговли исполкома Самарского городского совета народных депутатов").

На защиту выносятся следующие основные положения диссертационного исследования.

1. Потребительский сектор торговли, обеспечивающий жизнеспособность населения, сохраняет главное место в системе обмена, несмотря на процессы глобализации и расширение сферы действия рыночных отношений.

Торговля во многом определяет эффективность всего общественного производства, непосредственно связывая и осуществляя обмен, а через него обратную связь между потреблением и производством.

2. В СССР распределительная система торговли обеспечивала минимум жизненных потребностей населения. К середине 1980-х гг. в ней проявлялись кризисные явления, обусловленные снижением темпов экономического роста, монополизмом, сокращением объемов товарной массы, слабым учетом конъюнктуры рынка при отсутствии изучения потребительского спроса. Управление торговлей представляло иерархическую структуру планирующих и контролирующих организаций разного уровня и ведомственного подчинения. Снабжение и сбыт товаров был сосредоточен в отраслевых и региональных организациях.

3. Социально-экономические реформы 1985-1991 гг. поставили предприятия торговли, общественного питания и бытового обслуживания населения в условия коммерциализации хозяйственной деятельности при сохранении государственного ценообразования, распределения товаров и государственной собственности на имущество. Это способство-

вало появлению новых форм организации торговли (кооперативных, индивидуальных и арендных предприятий) и сопровождалось внутренней реорганизацией органов управления торговым сектором, связанной с ликвидацией непрофильных (торговых) отделов отраслевых министерств и региональных структур. В контексте теории катастроф ситуацию на потребительском рынке 1989-1991 гг., характеризовавшуюся исчезновением из свободной продажи основных потребительских товаров, введением их распределения по талонам (нормам) и сопровождавшуюся нарастанием экономического кризиса, реорганизацией банковского сектора, переменами в денежном обращении, можно трактовать как развал потребительского рынка и переход его в качественно иное состояние, где значительную роль играл натуральный обмен.

3. Политика "шоковой терапии" 1992 г. способствовала быстрому насыщению потребительского рынка зарубежными товарами, сопровождалась значительным ростом цен (индекс в 1992 г. в РФ составил 26,1, в Самарской области 25,9). При этом товарооборот осуществлялся на рынках (вещевых, смешанных и продовольственных - 13-14%), в торговых палатках, лотках, магазинах. Началось функционирование новых форм оптовой торговли - бирж. Торговые предприятия, находившиеся в условиях коммерциализации, и продававшие отечественный товар не могли выдержать внешней конкуренции. По официальной статистке все торговые предприятия на 1 января 1994 г. работали с убытком в 1% товарооборота.

4. Инструментом создания рыночных институтов в торговом секторе явилась "малая приватизация" предприятий торговли, бытового обслуживания и общественного питания. В Самарской области она проходила ускоренными темпами и завершилась в 1994 г. К середине 1990-х гг. возможно говорить о завершении процессов трансформации потребительского сектора торговли в потребительский рынок, представленный частными торговыми предприятиями, работающими в условиях рыночного ценообразования и конкуренции. Доля торговли в ВВП страны составила 20,3% (1998 г.) по сравнению с 4,6% в 1990 г. В Самарской области доля торговли и общественного питания в ВРП составила 14,5% (1998 г.).

Научная новизна диссертационной работы состоит в комплексном рассмотрении экономических, социальных, институциональных и правовых условий, форм и механизмов становления потребительского рынка в переходной экономике СССР (РФ).

Получены следующие научные результаты:

1. Обобщены теоретические подходы к обозначению места и роли торговли в экономике страны, показана эволюция научного содержания и толкования терминов "торговля", "потребительский сектор торговли", "потребительский рынок". Применен методологический подход теории катастроф к анализу процессов трансформации потребительского сектора торговли СССР в условиях системного кризиса рубежа 1980-1990-х гг.

2. Прослежены основные изменения в функционировании торговли на протяжении 1985-1998 гг., обусловленные изменением политической, экономической и правовой среды. Их проявление связано с зарождением в 1989-1991 гг. новых форм оптовой и розничной торговли (частных, кооперативных, арендных предприятий, хозрасчетных управляющих структур на уровне регионов). В 1990-е гг. сформировалась сеть оптовых контор, бирж, розничных частных магазинов, лотков, учреждений общественного питания.

3. Определены этапы становления потребительского рынка, связанные с коммерциализацией отношений и приватизацией собственности предприятий торговли, общественного питания и сферы услуг.

4. На материалах Самарской области выявлены последовательность и конкретные формы перехода предприятий торговли от административно-директивных форм условий хозяйствования к рыночным.

5. Обозначены нерешенные проблемы сформированного потребительского рынка к началу XXI в.: отсутствие инструментов маркетинга (на уровне регионов, предприятий, торговых точек), логистики, рекламы, слабое развитие учреждений хранения, сбыта и складирования продукции.

Теоретическая значимость работы. В диссертации применены современные экономико-теоретические подходы к анализу процесса функционирования и трансформации потребительского сектора торговли. Теоретическая значимость работы заключается в возможности дальнейшего исследования процессов трансформации потребительского сектора в торговле в связи с глобализацией экономики, в исследованиях емкости теневого рынка и его особенностей, в более глубоком изучении процессов малой приватизации и постприватизационного периода, для формирования прогнозов развития торговой отрасли.

Практическая значимость работы определяется возможностью использования ряда положений, содержащихся в диссертации, для разработки экономических мер по развитию торговой отрасли и сферы услуг на региональном уровне.

Материалы диссертации могут быть использованы в учебном процессе по дисциплинам "Экономическая история", "История предпринимательства", "Экономическая теория", "Микроэкономика", "Институциональная экономи-

ка", "Теория переходной экономики", "Экономическая политика государства", "Государственное регулирование экономики" т. д.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования докладывались на всероссийских и региональных научно-практических конференциях. В их числе:

1) Всероссийская научно-практическая конференция "Шихобаловские чтения: опыт, проблемы и перспективы развития потребительского рынка в регионе" (г. Самара, 2005 г.);

2) Всероссийская научная конференция "Человек в экономике: исторический дискурс" (г. Самара, 2007);

3) Всероссийская научная конференция "Приволжский федеральный округ: социально-экономические векторы развития" V Меркушкинские научные чтения (г. Саранск, 2008 г.).

Публикации. Основные положения и выводы диссертации опубликованы в 5 работах автора общим объемом 3,4 печ. л., в том числе 2 публикации - в изданиях, рецензируемых ВАК.

Структура работы. Диссертация состоит из введения, трех глав, построенных по хронологическому принципу, заключения, приложений и библиографического списка. Во введении обоснованы актуальность темы и степень ее изученности, раскрыты предмет, объект, цели и задачи исследования, сформулированы научная новизна работы, ее теоретическая и практическая значимость.

В первой главе рассмотрены этапы развития экономической мысли относительно торговли, ее места и роли в экономике, рассмотрены современные теории (теория катастроф, социальных революций), позволяющие анализировать процессы, происходящие в сфере торговли в рассматриваемый период. Выделены основные этапы развития советской торговли, особенности ее функционирования в условиях сложившейся в 1917-1985 гг. законодательной, социальной и институциональной среды.

Во второй главе рассмотрены процесс трансформации потребительского сектора торговли в условиях системного кризиса административной (директивно-плановой) модели управления экономикой 1985-1992 гг., влияние фактора изменчивости внешней среды (законодательной, экономической, социальной) на внутреннюю организацию торговой отрасли. Отдельный фрагмент главы составил обзор состояния потребительского сектора торговли Куйбышевской (Самарской) области в 1992 г.

В третьей главе рассмотрены процессы, связанные с радикальным изменением форм собственности в системе потребительского сектора торговли 1992-1998 гг., выявлены новые организационно-правовые фор-

мы в торговле, общественном питании и бытовом обслуживании населения, способы потребительского поведения.

В заключении приведены наиболее важные теоретические обобщения и выводы, полученные в результате диссертационного исследования.

Приложения содержат статистические и графически материалы.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обоснована актуальность темы диссертационного исследования, сформулированы его цель и задачи, определены предмет и объект, отражены положения, выносимые на защиту, научная новизна, теоретическая и практическая значимость.

В первой главе диссертационной работы **"Теоретические и исторические основания изучения потребительского сектора торговли"** исследована сущность торгового обмена и раскрыта эволюция представлений о торговле в экономических учениях различных исторических периодов.

В процессе систематизации знаний об эволюции торговли были рассмотрены учения Аристотеля, представителей меркантилизма, физиократов, труды представителей классической и исторической школ, институционализма и теории предельных величин (маржинализм), теория Кейнса, неолиберализм. Отмечено, что каждая научная школа придавала различное значение торговле.

В работе показано, что эволюция понимания терминов "торговля", "торговый сектор", "потребительский сектор торговли", "потребительский рынок" и их использование в экономической теории шла параллельно с развитием и усложнением хозяйственных связей. На протяжении истории содержание используемых понятий расширялось. С течением времени обмен товарами стал рассматриваться как сектор экономики, роль которого возрастает по мере роста государственно-национальных и международных экономических связей. В условиях социально-экономических трансформаций и революций торговый сектор зримо отражает все процессы, связанные с приоритетами государственного развития.

Сфера обращения потребительских товаров (в широком смысле) включает в себя экономические связи, определяемые сложным взаимодействием воспроизводства, платежеспособного спроса населения, денежного оборота, и институциональные отношения, обусловленные нормативно-правовой базой, историческими традициями и укоренившейся практикой с преобладанием редиистрибутивных (распределительных) или обменных (рыночных) отношений. В узком (прикладном) смысле термин потребительский рынок

(потребительский сектор торговли) можно трактовать как "совокупность отдельных лиц и домохозяйств, покупающих или приобретающих иным способом товары и услуги для личного потребления" (Ф. Котлер). Аналогом данного термина можно считать получивший распространение в прикладных экономических науках (Маркетинг, Электронная коммерция и др.) термин "B2C", понимаемый как виртуальная торговая площадка, где заключается сделка между продавцом и покупателем и осуществляется проведение финансово-торговых операций¹.

Исходя из целей нашего исследования, нами предложено авторское определение "потребительского сектора торговли" как составной части торговли, обслуживающей процессы товарно-денежного обмена между продавцами и конечными потребителями (физическими лицами), наиболее полно и быстро отражающей экономические и институциональные изменения, происходящие в обществе.

Второй параграф первой главы диссертации рассматривает место, сущность и формы организации товарообмена в рамках распределительной модели экономики (1917-1985 гг.). На основании институциональных критериев выделены этапы в развитии советского торгового сектора, которые представлены в табл. 1.

Таблица 1

Этапы становления и трансформации организационно-правовой структуры потребительского сектора торговли в СССР

Этап	Основные документы, регулирующие торговую деятельность	Основные направления торговой политики	Основные учреждения управления торговлей
1	2	3	4
1917-1920 гг.	Нормативные акты о торговле издавались Совнаркомом, Советом труда и обороны, ВСНХ, Нарком-продом	Социалистический сектор торговли, упорядочение снабжения населения продовольствием и предметами личного потребления. Развитие планового начала в распределении товаров первой необходимости	Производственно-торговые главки и центры: Центротекстиль, Центротчай, Главсахар и др.

¹ Электронная коммерция/ Под ред. Л.Д. Реймана. - М.:НТЦ "ФИОРД-ИНФО", 2002.

Окончание табл. 1

1	2	3	4
1921-1929 гг.	Законодательные акты принимались высшим органом государственной власти между съездами Советов - ВЦИК, а с образованием Союза ССР - ЦИК СССР, в том числе и совместно с СНК	Смешанная экономика: создание крупных государственных монопольных структур в оптовой торговле - трестов, синдикатов; частная и кооперативная торговля, политика низких государственных цен с целью вытеснения частного посредника	Комиссия по внутренней торговле при СТО, Главное управление ВСНХ (тресты), Наркомвнуторг, Наркомпрод (1922-1925).
1930-1953 гг.	Совместные постановления СНК и ЦК ВКП(б), а в послевоенный период - ЦК КПСС и Совета Министров СССР	Усиление и укрепление плановых начал в работе всех государственных органов торговли. Появление колхозной торговли	Система Наркомвнуторга СССР, промышленные министерства, Центросоюз.
1953-начало 1980-х гг.	Постановления ЦК КПСС и Совета Министров СССР	Разработка генеральных схем в управлении государственной торговли	Министерство торговли СССР, Центросоюз, промышленные и непромышленные министерства и ведомства, Госснаб (1865-1991)

Сделан вывод о том, что торговая отрасль в советское время регулировалась преимущественно нормативными и подзаконными актами, что свидетельствовало о второстепенном внимании институтов власти к этому сегменту народнохозяйственного комплекса, возможности неоднозначной их трактовки реальными организаторами торгового обмена, и способствовало постепенному формированию специфических нормативных институциональных отношений. Преобладающий на протяжении советской истории способ товарно-денежного обмена - распределение на основе разработанных норм производства и потребления товаров, государственных оптовых и розничных цен (в том числе государственной коммерческой торговли).

Советская торговля претерпела значительные организационные изменения к середине 1980-х гг. стала представлять собой отрасль народ-

ного хозяйства с собственным управлением, сбытовым аппаратом - громоздкой управленческой надстройкой.

Торговую деятельность вело Министерство торговли СССР, Центросоюз (потребительская кооперация), промышленные и непромышленные министерства и ведомства. В каждой из этих систем существовала четырех и пятизвенная надстройка, созданная согласно генеральной схеме управления торговлей (1982 г.). Все это привело к формированию крупных монополистических структур.

Выделены основные виды монополизма, присущие торговле: государственный, территориальный, управленческий и монополизм на дефицит.

Определены основные функции Министерства торговли СССР: определение основных направлений в развитии торговли, разработка перспективных и годовых планов, организация изучения и прогнозирования спроса населения на товары, распределение рыночных фондов товаров, утверждение планов межреспубликанских поставок и поставок товаров для общесоюзных нужд, принятие мер по развитию хозяйственных связей по поставкам товаров, разработка правил торговли отдельными видами товаров.

Определена иерархия управленческих структур в оптовой торговле: на всесоюзном уровне (Министерство торговли СССР), союзном уровне (Министерство торговли союзной республики), республиканском (оптовые объединения), областном (управления торговлей областных (краевых) исполкомов Советов народных депутатов).

В диссертации представлена структура органов управления торговлей министерств и ведомств, имевших розничную торговую сеть. Организация оптовой торговли также как и розничной множеством различного уровня организаций (Министерство торговли, потребительской кооперацией, министерствами промышленности) осложняла проведение единого планового, организационного и методического руководства оптовой торговлей страны.

Контроль за деятельностью предприятий торговли осуществляли как управляющие организации, так и общественные (органы народного контроля на союзном, областном, городском, районном уровне, а также на уровне предприятия).

Во второй главе **"Трансформация торгового сектора в условиях перестройки социально-экономических отношений в СССР (1985-1991 гг.)"** прослежены изменения законодательного, экономического характера, вводившие советскую систему торговли в состоянии кризисной неустойчивости.

Законы "О государственном предприятии (объединении)", "О кооперации", "Об индивидуальной трудовой деятельности", "Об аренде", "О собственности в СССР" не затрагивали торговлю непосредственно. По сложившейся традиции торговля рассматривалась как второстепенный сектор экономики, специальных законов по ее развитию в новых условиях не было принято, хотя законопроект по этому вопросу (автор В.А. Язев) активно обсуждался в средствах массовой информации.

Реализуемые в 1987-1989 гг. меры по расширению прав и самостоятельности предприятий (объединений), развитию частной инициативы, по сути, были повторением использованного в 1920-е гг. опыта новой экономической политики в новых исторических условиях. Предприятия торговли получали самостоятельность по распоряжению имеющимся имуществом (аренда) и финансовыми средствами. С этой целью все предприятия отрасли переводились на хозрасчет и самофинансирование. С 1 июля 1987 г. в Самарской области, как и по всей стране, предприятия торговли стали переходить на хозрасчет. В отношении заработной платы работников торговли применялась система бригадной организации оплаты труда - заработная плата начислялась по конечным результатам, а распределение премии осуществлялось в соответствии с личным участием в труде. В этот период появились кооперативные, арендные, хозрасчетные предприятия, выполнявшие платные услуги для населения и работавшие в условиях самоокупаемости.

Указ президента РСФСР №232 "О коммерциализации предприятий торговли в РСФСР"¹ от 25.11.1991 по сути фиксировал уже реально существовавшие отношения. Этот период можно рассматривать как этап коммерциализации торговой отрасли. Изменения в законодательстве носили поверхностный характер и ряд законов, призванных улучшить положение торговых предприятий, создать слой кооператоров и индивидуальных предпринимателей с применением аренды, не привели к существенному изменению положения хозяйствующих субъектов. Реальная практика опережала законотворчество.

К 1985 г. торговля в регионе представляла собой крупную сеть, располагавшую достаточно мощной материально-технической базой. Так, в Самарской области к 1985 г. имелось 2450 магазинов площадью около 400 тыс. кв. м., 2904 столовых, кафе и ресторанов почти на 250 тыс. посадочных мест. Через пять лет, в 1990 г. в Самарской области сеть роз-

¹ "Ведомости СНД и ВС РСФСР", 28.11.1991, N 48, ст. 1675.

ничной государственной, кооперативной торговли и общепита была представлена 5787 магазинами, палатками, и 3443 предприятиями общественного питания. Здесь стали внедряться как прогрессивные на тот момент методы торгового обслуживания - самообслуживание, торговля по образцам, единый узел расчета и т.д., так и традиционные, присущие рыночно-вещевой торговле. В 1991 г. начала свою деятельность торгово-промышленная палата, как независимая общественная организация, призванная защищать интересы предпринимателей, в 1994 г. - Самарская товарная биржа (президент В. Автаев).

Государственное реформирование структуры управляющих органов сводилось к сокращению органов управления в каждой из министерств, занимавшихся торговлей, а именно - переходу на двух и трехзвенную систему, упразднились городские управления торговлей, сокращалась численность управленческого аппарата.

В Самарской области организационные перемены схематически представлены на рис. 1.

В период нарастания товарного дефицита усиливалось сращивание торговли с теневым сектором экономики, который явился каналом поступления дефицитных благ. В связи с этим рассмотрены основные виды потребительских рынков, существовавшие в планово-распределительной экономике и на основании градации, предложенной А.Н. Шохиним построена схема, характеризующая систему потребительских рынков, сложившуюся к 1987 г. (рис. 2). Формы обмена между разными видами потребительских рынков носили не только денежный, но и натуральный характер (бартер).

Перемены в организации торговли происходили на фоне ухудшавшейся экономической ситуации: спад промышленного и сельскохозяйственного производства, разрушение хозяйственных связей между республиками СССР, усиление дефицита товаров народного потребления. Это потребовало принятия мер чрезвычайного характера - введение талонов на основные товары потребительской корзины.

В Самарской области в 1988-1989 гг. нормировано распределялись: масло, колбасные изделия, макаронные изделия, сахар, вино-водочная продукция, табачные изделия, спички, мыло туалетное и т.д. По существу, шла натурализация отношений в торговле. Опрос общественного мнения 1989 г. показал, что в сложившихся экономических условиях 41% населения предпочитают товар деньгам.

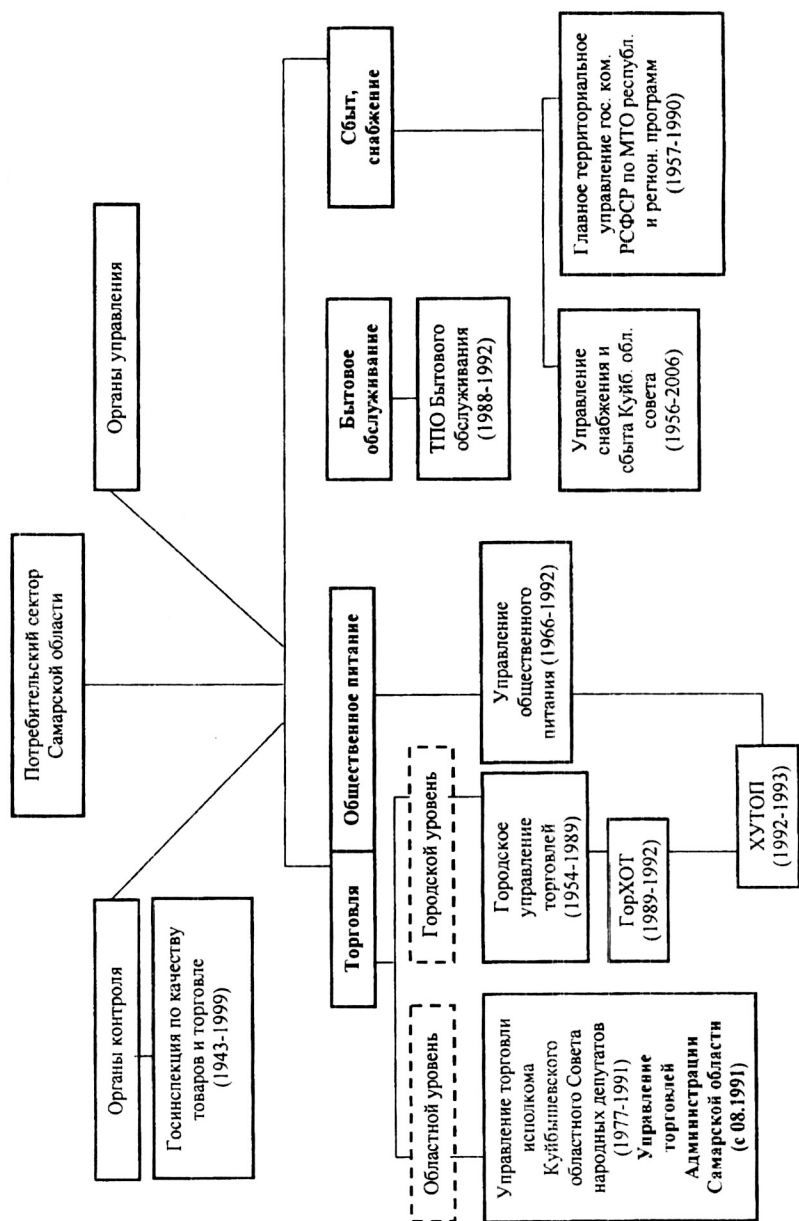


Рис. 1. Организационная структура потребительского сектора торговли и органов управления в Самарской области к 1992 г.

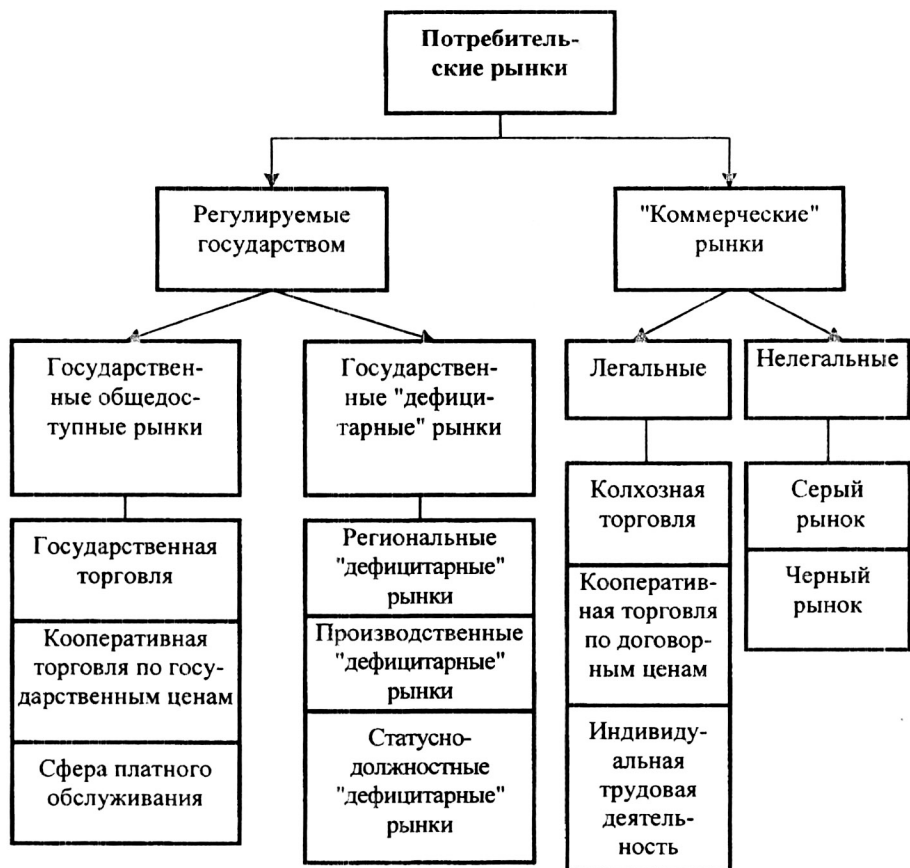


Рис. 2. Основные виды потребительских рынков к 1987 г.

На материалах Самарской области рассматриваются основные проблемы в потребительском секторе в 1989-1991 гг.: инфляция, дефицит товаров, рост спекуляции и связанные с этим правонарушения, снижение уровня жизни и качества товаров. Кризисные явления привели к развалу потребительского сектора торговли к концу 1991- началу 1992 г.

Отдельный фрагмент работы посвящен рассмотрению основных процессов, происходивших в потребительском секторе в 1991-1992 гг.: либерализации цен, разрешению свободной торговой деятельности, открытию внешних границ с целью насыщения товарами внутреннего рынка, начало приватизации государственных и муниципальных предприятий.

На промышленных предприятиях Самарской области с 1989 г. начался спад производства. В 1992 г. он составил 11,2%. Выпуск продовольственных товаров в 1992г. в области сократился на 17%, изделий легкой промышленности на 7%. Зарплата на многих предприятиях не выдавалась по несколько месяцев. Снижение производства привело к резкому снижению покупательской способности населения. По экспертным оценкам розничный товарооборот 1992-1994 гг. в физической массе сократился на 40% в сравнении с 1991 г. Одновременно повышался уровень цен на основные товары. В Самарской области уровень потребительских цен был одним из самых высоких по стране: в 1992 г. индекс цен составил 25,9 (в РФ 26,1), тогда как в других регионах Поволжья он колебался от 14 (Пензенская обл.) до 33,3 (Астраханская обл.) (табл. 2).

Разрешение свободной торговой деятельности позволило относительно быстро развиваться сети небольших частных торговых предприятий (точек), расширивших физическую (но не финансовую) доступность для населения ряда товаров, особенно импортного происхождения. Свобода торговли стала своеобразным средством социальной защиты определенной части малоимущего населения, получившей возможность выживания за счет перепродажи продуктов, получаемых в счет заказов или в магазинах. Уличная торговля позволила тем, кто производит какие-либо товары народного потребления продать их, минуя посредников. Однако развитие частной торговли привело к существенной разнице государственных и частных цен, дифференциации населения в соответствии с уровнем дохода.

Либерализация внешнеэкономической деятельности привела к насыщению отечественного рынка импортными товарами, однако при отсутствии таможенной службы способствовала неконтролируемому вывозу из страны товаров стратегического назначения, полезных ископаемых, продукции ВПК. Анализ статистических данных позволил сделать вывод, что к 1995 г. импорт товаров из дополнительного средства сбалансирования внутреннего потребительского рынка превратился в основной источник формирования товарных ресурсов.

В третьей главе **"Рыночные отношения в торговом секторе Самарской области"** рассмотрена экономическая ситуация в регионе, процесс создания новых институтов в торговле и влияние "малой приватизации" и либерализации на становление потребительского рынка в Самарской области.

В 1990-е гг. впервые был принят ряд важных законов, регулирующих торговую деятельность: "Закон о защите прав потребителей", "О конкуренции и ограничении монополистической деятельности на товарных рынках", "О государственной поддержке малого предприниматель-

ства в Российской Федерации", "О рекламе", "О качестве и безопасности пищевых продуктов" и др., создавшие рыночную (конкурентную) основу для функционирования торговли.

Одновременно вновь реорганизовывалась система управления. С 1992 г. основным органом, регулирующим деятельности торговли, стал Комитет РФ по торговле, а с 1996 г. Министерство внешнеэкономических связей и торговли в РФ (рис. 3).

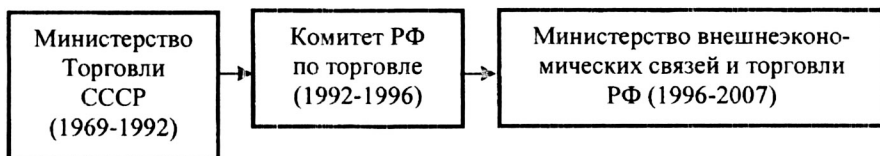


Рис. 3. Схема управления торговлей в СССР и РФ 1969-1996 гг.

В 1992 г. в области перестали функционировать областное управления бытового обслуживания населения, управление общественного питания. Городской хозрасчетный отдел торговли преобразован в ХУТОП (Хозрасчетное управление торговли и общественного питания). Однако еще существовала ситуация, когда старые структуры, унаследованные от вертикальных ведомственных систем, уже не могли обеспечить функционирование экономики в соответствии с реалиями рынка, а новые формы организации управления находились в стадии становления. Процесс перехода к новым структурам, обеспечивающим прямые хозяйственные связи в экономике взамен жестких и стандартных вертикальных систем, занял 1992-1998 гг.

Постановлением Правительства РФ "О мерах по государственному регулированию торговли и улучшению торгового обслуживания населения" №1086 от 12.08.94 г. органам исполнительной власти было рекомендовано уточнить схемы рационального размещения сети розничной торговли и общественного питания по регионам страны, комитету торговли поручено соблюдение за исполнением торговыми предприятиями норм законодательства, содействие формированию рыночной инфраструктуры, создание конкурентной среды и преодоление монополизма в сфере товарного обращения.

Правовое обеспечение деятельности торговли в современных условиях, как и в 1980-х гг. не имеет единого нормативно-правового акта на уровне закона, который охватывал бы сложный комплекс отношений в этой сфере. Это является специфической чертой потребительского сектора торговли, сложившейся со времен становления советской власти.

Развитие рыночных отношений сопровождалось децентрализацией управления в торговле. Основной функцией органов управления стал в современных условиях контроль за соблюдением норм и правил на потребительском рынке, а функция управления хозяйственной деятельностью осуществляется каждым предприятием торговли самостоятельно.

Одновременно росла сеть предприятий розничной торговли и общепита. По данным Всероссийской переписи 1994 г. предприятий розничной торговли и общественного питания на 01.01.1994 г. в стране насчитывалось: 2 тыс. торговых контор и трестов (оптовая торговля), 94 тыс. розничных торговых предприятий, имевших статус юридического лица, и 271 тыс. торговых магазинов, палаток, лотков, что свидетельствовало о создании разнообразной структуры торговли. В Самарской области число крупных и средних предприятий розничной торговли в 1995 г. составило 2879 и 1103 предприятий общественного питания.

Таблица 2

**Индексы потребительских цен по регионам Российской Федерации
(в процентах; до 1996 г. в разгах)¹**

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999
Российская Федерация	26,1	9,4	3,2	2,3	121,8	111,0	184,4	136,5
Поволжский район	20,7	9,8	3,0	2,4	124,5	113,8	177,1	135,9
Самарская область	25,9	11,2	3,1	2,3	122,4	112,5	183,2	132,5
Республика Татарстан	19,2	9,0	3,0	2,3	123,9	117,5	176,3	138,5
Астраханская область	33,3	9,1	3,0	2,6	124,0	114,4	171,0	136,2
Волгоградская область	19,8	11,3	2,8	2,4	121,0	113,4	171,7	138,0
Пензенская область	14,0	9,8	3,1	2,4	126,9	109,0	175,7	148,4
Саратовская область	15,6	7,9	3,1	2,3	129,7	115,3	184,1	138,9
Ульяновская область	22,0	8,6	2,8	2,3	128,5	123,1	163,2	143,4

¹ Российский статистический ежегодник. - М.: Стат. сб. / Госкомстат России. 2000. С. 561.

Анализ ситуации в Поволжье показал, что уровень инфляции в Самарской области в 1992-1993 гг. был наибольшим по сравнению с другими регионами (см табл. 2). В 1992 г. цены на потребительские товары в России выросли в 26,1 раза по сравнению с предыдущим годом. В Поволжье средний показатель был немного ниже, чем по России - 20,7 раза. Наибольший рост цен наблюдался в Астраханской и Самарской областях (33,3 и 25,9 соответственно). Менее всего цены выросли в Саратовской (15,6 раз), Пензенской областях (14,0 раз) и в Республике Татарстан (19,2 раза).

Наибольший, по сравнению с другими регионами Поволжья, рост цен можно объяснить наличием большого числа предприятий военно-промышленного комплекса, промышленных производств и вследствие этого зависимостью региона от соседних областей по вопросам поставок товаров повседневного спроса, сельскохозяйственной продукции.

На примере Самарской области раскрыты процессы либерализации цен и введение свободной торговли, их влияние на развитие торгового сектора региона. Выявлены основные способы предотвращения правонарушений, происходивших в торговом секторе (лицензирование некоторых видов деятельности, обязательное применение контрольно-кассовых машин, наличие товарно-сопроводительной документации, административная и уголовная ответственность в целях предотвращения спекуляции).

Выделены основные способы приватизации торговых предприятий: аукционы и коммерческие конкурсы. Приватизация методом выкупа арендованного имущества и приватизация путем преобразования предприятия в открытые акционерные общества не получили широкого распространения применительно для торговых организаций.

В Самарской области было разработано и утверждено 4 программы приватизации (табл. 3), все они ставили главной целью структурные преобразования собственности, создание широкого слоя инвесторов, формирование конкурентной среды.

Проведен анализ статистической информации, касающейся приватизации объектов торговли, общественного питания и бытового обслуживания и сделаны выводы о том, что в Самарской области "малая" приватизация протекала наиболее ускоренными темпами по сравнению с другими регионами Поволжья (рис. 2).

Таблица 3

Программы приватизации в Самарской области

Дата принятия Основная цель	Программы приватизации в Самарской области			
	1 программа 1991-1992	2 программа 1992-1993	3 программа 1993-1994	4 программа 1994-1999
Основная цель	Формирование широкого слоя собственников-инвесторов, создание предпосылок рыночной экономики на территории области на основе формирования конкурентной среды и преодоления монополизма в производстве	Научный этап приватизации. Основные цели те же.	Продолжение второй программы. Акционирование всех крупных и средних предприятий; обязательная приватизация предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания, грузового автомобильного транспорта; создание сети приватизационных институтов, чековых приватизационных фондов, депозитариев, фондовых бирж, чековых аукционов, организацию продажи акций предприятий и отдельных имущественных объектов с использованием процедур, обеспечивающих условия для реализации гражданами их приватизационных чеков	Денежный этап приватизации. Вовлечение в процесс приватизации максимально широких слоев населения путем продажи приватизируемого государственного и муниципального имущества за деньги на аукционах; завершение приватизации большинства объектов "малой приватизации"; завершение, в основном, приватизации крупных и средних предприятий промышленности и строительства; повышение эффективности деятельности предприятий на основе структурной перестройки экономики, разветвления постприватизационной поддержки предприятий, создание конкурентной среды и развития фондового рынка, привлечение инвестиций в производство, в т.ч. иностранных, проведение системы мероприятий по защите частных собственников (акционеров)
Основной способ приватизации	Выкуп арендованного имущества. Продажа предприятий по коммерческому конкурсу; Выкуп арендованного имущества на аукционе	Продажа предприятий по коммерческому конкурсу; Выкуп арендованного имущества; Выкуп арендованного имущества на аукционе	Акционирование; Выкуп арендованного имущества; Продажа предприятий по коммерческому конкурсу; Выкуп арендованного имущества	Акционирование; Выкуп арендованного имущества; Выкуп арендованного имущества на аукционе; Продажа предприятий по коммерческому конкурсу.
Приватизированных предприятий (число)	769	835	900	965
Предприятий торговли (число)	184	192	216	221
Предприятий Общепита				

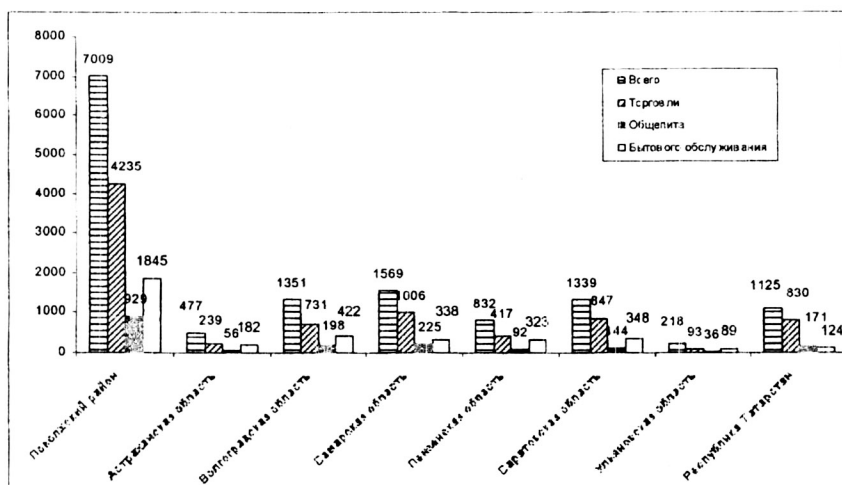


Рис. 2. Количество приватизированных предприятий торговли, общественного питания и бытового обслуживания в Поволжье в 1997 г.

При этом рассматривались показатели изменения численности предприятий, темпы изменения числа приватизированных предприятий, стоимость проданных предприятий. Было выявлено, что в ряде регионов Поволжья, таких как Волгоградская область, на протяжении нескольких лет объекты малой приватизации продавались по заниженной стоимости, а нередко продажная цена была ниже стартовой. Что касается федерального уровня, то в среднем продажная цена предприятий была выше начальной (рис. 3).

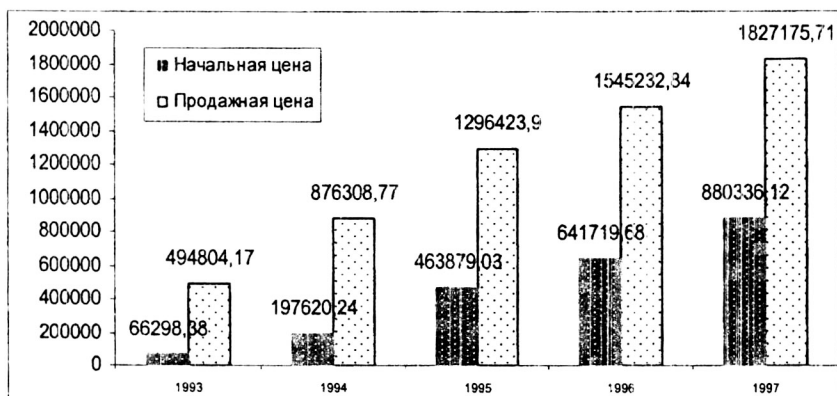


Рис. 3. Стоимость приватизированных предприятий в РФ в 1993-1997 гг.

В Самарской области продажная цена предприятий на протяжении 1993-1997 гг. в среднем была выше начальной цены в 6,9 раза, в то время как аналогичный показатель в Российской Федерации составлял 3,8 раза.

В **заключении** подведены основные итоги диссертационного исследования, обозначены главные проблемные вопросы потребительского рынка Самарской области к концу XX в., обусловленные сложными и многоплановыми процессами трансформации социально-экономической системы страны.

ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ

Публикации в изданиях, определенных ВАК для публикаций результатов научных исследований

1. *Паталах М.А.* Становление свободной торговли в России в условиях реформ "шоковой терапии" 1991-1993 гг. // Вестн. Самар. гос. экон. ун-та. - Самара, 2008. - №10 (48). - С. 102-109. – 0,6 печ. л.

2. *Паталах М.А.* Малая приватизация в Поволжье в 1992-1998 гг. Основные тенденции и проблемы // Экон. науки. - 2008. - 6 (43). - С. 72-79. – 0,8 печ. л.

Публикации в других изданиях

3. *Паталах М.А.* Перемены в системе управления торговлей в СССР (конец XX в.) // Шихобаловские чтения: опыт, проблемы и перспективы развития потребительского рынка в регионе: материалы Поволж. науч.-практ. конф., 17-18 нояб. 2005 г. Ч.1. - Самара: Изд-во Самар. гос. экон. ун-та, 2005. - С. 26-34. – 0,7 печ. л.

4. *Паталах М.А.* Перестройка законодательства о торговле в СССР в условиях кризиса социалистической системы хозяйства (конец 1980 - начало 1990-х гг.) // Вестн. молодых ученых Самар. гос. экон. ун-та. - Самара, 2007. - №1 (15). - С. 183-191. – 0,6 печ. л.

5. *Паталах М.А.* Ситуация в Поволжье и региональное регулирование потребительской торговли в условиях социально-экономических реформ середины 1980-х - 1990-х гг. // Приволжский федеральный округ: социально-экономические векторы развития: материалы Всерос. науч. конф. /Отв. ред. чл.-корр. РАН Н.М. Арсентьев. - Саранск.: Изд. центр Историко-социол. ин-та МГУ им. Н.П. Огарева, 2008. - С. 108-116. – 0,7 печ. л.

Подписано в печать 30.10.2008 г.
Формат 60×84/28. Бум. писч. бел. Печать офсетная.
Гарнитура "Times New Roman". Объем 1,1 печ. л.
Тираж 150 экз. Заказ № 477.
Самара, ул. Советской Армии, 141.
Самарский государственный экономический университет.
Отпечатано в типографии СГЭУ.

